

2017-2022年中国广播电视行业市场全景评估及发展趋势预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国广播电视行业市场全景评估及发展趋势预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/286403.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

广播电视（Radio and television）是通过无线电波或通过导线向广大地区播送音响、图像节目的传播媒介，统称为广播。只播送声音的，称为声音广播；播送图像和声音的，称为电视广播。广播电视具有明显的信息产业的基本功能，即生产和传递信息的功能、导向社会资源优化配置的功能、经营信息的功能等。

广播电视行业:是指专业从事广电设备的生产，研究，探索，销售的单位，主要包括:摄、录、监、采、编、播、管、存等主要方面。目前此行业急需发展，为以后的"三网合一"(广播电视网、移动传媒网络、互联网)做好充分的前期工作。

从中国三网融合的实践进程来，广电行业已经开始加速演变，以适应三网融合的要求。广电行业在收入结构、双向网改、网络整合、数字化转换、新媒体扩展、增值业务开拓等方面相比以往取得了一定进展。2014年，我国广播电视总收入达3635.51亿元。2010-2014年我国广播电视总收入（亿元）

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章中国广播电视行业市场运行形势分析 1

第一节中国广播电视行业发展概况 1

第二节中国广播电视行业发展走势 5

一、中国广播电视行业市场分布情况 5

二、中国广播电视行业发展趋势分析 6

第二章中国广播电视产业发展环境分析 9

第一节中国宏观经济环境分析 9

一、国际宏观经济形势分析 9

二、GDP历史变动轨迹及宏观经济数据分析 17

三、固定资产投资历史变动轨迹分析 34

四、恩格尔系数（年度更新） 37

五、财政收支状况（年度更新） 40

六、社会消费品零售总额 43

七、对外贸易&进出口 44

八、2016年中国宏观经济发展预测分析 45

第二节中国广播电视行业主要法律法规及政策 53
第三节 2016年中国广播电视产业社会环境发展分析 67
第四节“十三五”时期中国投资形势分析与展望 82

第三章中国广播电视产业发展现状 91

第一节广播电视行业的有关概况 91
一、广播电视的定义 91
二、广播电视的特点 91
第二节广播电视的产业化情况 91
一、产业化发展分析 91
二、广播电视行业产业化面临挑战 95
第三节上下游行业对广播电视行业的影响分析 96

第四章中国广播电视行业技术发展分析 103

第一节中国广播电视行业技术发展现状 103
第二节广播电视行业技术发展水平分析 105
第三节广播电视行业技术发展趋势分析 106

第五章中国广播电视产业运行情况 111

第一节中国广播电视行业发展状况 111
一、2011-2015年广播电视行业市场供给分析 111
二、2011-2015年广播电视行业市场需求分析 111
三、2011-2015年广播电视行业市场规模分析 112
第二节中国广播电视行业集中度分析 112
一、行业市场区域分布情况 112
二、行业市场集中度情况 113
三、行业企业集中度分析 117

第六章2014-2015年中国广播电视市场运行情况 118

第一节行业最新动态分析 118
一、行业相关动态概述 118
二、行业发展热点聚焦 119
第二节广播电视品牌评估的理论框架和体系建构 119
一、广播电视品牌评估的意义 119
二、广播电视品牌评估的框架设计 120

三、广播电视品牌评估的影响因素 121

四、广播电视品牌评估体系架构 121

第三节行业品牌战略分析 124

第四节行业产品市场价格情况 125

一、价格竞争分析 125

二、彩电业价格战回归理性 128

第五节行业外资进入现状及对未来市场的威胁 129

一、问题提出 129

二、分析框架 129

三、上游产业的价值链分析 130

四、中游产业的价值链分析 131

五、下游产业价值链分析 132

第七章2014-2015年中国广播电视所属行业主要数据监测分析 135

第一节2014-2015年中国广播电视所属行业总体数据分析 135

一、2014年中国广播电视所属行业全部企业数据分析 135

二、2015年中国广播电视所属行业全部企业数据分析 137

第二节2014-2015年中国广播电视所属行业不同规模企业数据分析 139

一、2014年中国广播电视所属行业不同规模企业数据分析 139

二、2015年中国广播电视所属行业不同规模企业数据分析 139

第三节2014-2015年中国广播电视所属行业不同所有制企业数据分析 140

一、2014年中国广播电视所属行业不同所有制企业数据分析 140

二、2015年中国广播电视所属行业不同所有制企业数据分析 140

第八章中国广播电视行业竞争情况 141

第一节行业经济指标分析 141

一、赢利性 141

二、进入壁垒 / 退出机制 147

三、行业周期 150

第二节行业竞争结构分析 153

一、现有企业间竞争 153

二、替代品威胁分析 154

三、供应商议价能力 155

四、客户议价能力 156

第三节行业国际竞争力比较 157

第九章广播电视行业重点生产企业分析	164
第一节北京中科大洋科技发展股份有限公司	164
一、企业简介	164
二、企业产品及业务分析	165
第二节成都索贝数码科技股份有限公司	168
一、企业简介	168
二、企业经营管理	169
三、企业产品及业务分析	169
第三节新奥特（北京）视频技术有限公司	171
一、企业简介	171
二、企业营销体系	175
三、企业产品及业务分析	175
第四节北京冠华荣信系统工程股份有限公司	176
一、企业简介	176
二、企业工程业绩	177
三、企业产品及业务分析	177
第五节北京世纪睿科系统技术有限公司	179
一、企业简介	179
二、企业产品及业务分析	179
第六节北京星光影视设备科技股份有限公司	182
一、企业简介	182
二、企业发展战略	182
三、企业产品及业务分析	183
第七节 ACE安恒利国际有限公司	184
一、企业简介	184
二、企业产品及业务分析	186
第八节索尼（中国）有限公司	191
一、企业简介	191
二、企业发展方向	191
三、企业产品及业务分析	192
第九节北京捷成世纪科技股份有限公司	192
一、企业简介	192
二、企业发展规划	193
三、企业产品及业务分析	193

第十章2017-2022年广播电视行业发展预测分析	218
第一节2017-2022年中国广播电视行业未来发展预测分析	218
一、中国广播电视行业发展方向及投资机会分析	218
二、2017-2022年中国广播电视行业发展规模分析	220
三、2017-2022年中国广播电视行业发展趋势分析	220
第二节2017-2022年中国广播电视行业供需预测	221
一、2017-2022年中国广播电视行业供给预测	221
二、2017-2022年中国广播电视行业需求预测	222
第十一章2017-2022年中国广播电视行业投资风险预警	223
第一节中国广播电视行业存在问题分析	223
第二节中国广播电视行业政策投资风险	234
一、政策和体制风险	234
二、技术发展风险	236
三、市场竞争风险	237
四、关联产业风险	238
五、市场运营风险	239
第十二章2017-2022年中国广播电视行业发展策略及投资建议	243
第一节广播电视行业发展策略分析	243
一、坚持产品创新的领先战略	243
二、坚持品牌建设的引导战略	243
三、坚持工艺技术创新的支持战略	243
四、坚持市场营销创新的决胜战略	244
五、坚持企业管理创新的保证战略	244
第二节广播电视行业市场重点客户战略实施	244
一、实施重点客户战略的必要性	244
二、合理确立重点客户	245
三、重点客户战略管理	246
四、重点客户管理功能	247
第三节投资建议	248
一、重点投资区域建议	248
二、重点投资产品建议	248

第十三章广播电视行业投资战略研究 249

第一节广播电视行业发展战略研究 249

一、战略综合规划 249

二、技术开发战略 250

三、业务组合战略 252

四、区域战略规划 254

五、产业战略规划 255

六、营销品牌战略 255

七、竞争战略规划 256

第二节对我国广播电视品牌的战略思考 258

一、广播电视品牌的重要性 258

二、广播电视实施品牌战略的意义 258

三、广播电视企业品牌的现状分析 260

四、我国广播电视企业的品牌战略 261

五、广播电视品牌战略管理的策略 261

第三节广播电视经营策略分析 262

一、广播电视市场细分策略 262

二、广播电视市场创新策略 264

三、品牌定位与品类规划 268

四、广播电视新产品差异化战略 272

第五节广播电视企业经营管理策略 274

一、成本控制策略 274

二、定价策略 277

三、竞争策略 280

四、并购重组策略 281

五、营销策略 281

六、人力资源 284

七、财务管理 287 八、国际化策略

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/286403.html>